

Бортнік С., к.е.н, доц.
СНУ ім. Лесі Українки
м. Луцьк, Україна

СОЦІАЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО ЯК ІНСТРУМЕНТ ПОДОЛАННЯ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ ПРОБЛЕМ В УКРАЇНІ

Вступ. На даному етапі розвитку України украї важливою є соціальна стабільність суспільства, яка досягається у результаті ефективної та системної взаємодії влади, бізнесу і громади. Одним із доведених світовою практикою сучасних інструментів такої взаємодії є соціальне підприємництво, тобто реалізація соціально-інноваційної підприємницької діяльності, значна частина прибутків від якої спрямовується на вирішення соціальних проблем. Виникнення та розвиток соціального підприємництва, в першу чергу, обумовлений загостренням соціальних проблем у суспільстві. За цих умов соціальне підприємництво може створювати сприятливе бізнес-середовище, підтримувати активну громадську позицію його учасників, інновації, суспільну солідарність, що забезпечить більш ефективний вихід з кризи.

Основний текст. Важливий внесок у розробку проблем, пов'язаних з розвитком соціального підприємництва у світі внесли вчені Г. Діз, Б. Дрейтон, П. Друкер, та інші. Серед українських вчених, які досліджують проблеми соціального підприємництва, можна відзначити роботи таких авторів як Свинчук А.А., Корнецький А.О., Гончарова М.А., З. Галушка, О. Кіреєва, В. Удодова, В. Шаповал, Туманова А.А. Однак в Україні розвиток практики соціального підприємництва відбувається на тлі незавершеності теоретичних розробок, що породжує неоднозначність його трактувань і характеристик. Саме відсутність цілісного підходу до вивчення проблем та концептуальної основи соціального підприємництва викликає широку дискусію щодо можливостей розвитку соціального підприємництва та актуалізує наукові дослідження у цьому напрямку. Означене визначає потребу у вивченні економічних та суспільних передумов становлення та активізації розвитку соціального підприємництва в Україні.

Українське законодавство не дає визначення соціальному підприємництву. Поняття «соціальне підприємництво» застосовується разом з концепцією соціальної економіки або соціальної відповідальності бізнесу. При цьому існує значна кількість визначень соціального підприємництва. З одного боку, соціальне підприємництво – це бізнес із передусім соціальними цілями, чий надлишок радше реінвестується на досягнення цих цілей або безпосередньо в громаду, а не здобувається задля максимізації прибутку акціонерів або власників [3]. З іншого – соціальні підприємства є своєрідними гібридами, що поєднують соціальні цінності із комерційною практикою. Ще один погляд зводиться до розуміння соціального підприємства як торгівельної організації, яка продає товари або послуги, і відрізняється від подібних бізнес установ тим, що належать та контролюються громадськістю та мають подвійний результат – соціальний та економічний. Також діяльність соціального підприємства базується на суспільних

цінностях, прагненні досягти позитивних соціальних перетворень і до певної міри альтруїзмі.

Соціальне підприємництво виникло як відгук на хронічні соціальні проблеми: безробіття, бідність, роз'єднаність громади тощо. Соціальні підприємства покликані задовольнити ті потреби членів громади, які не може задовольнити державний сектор, а приватний – ігнорує. Саме це є нішею для діяльності соціального підприємництва, оскільки саме місцеві громади отримують основну користь від розвитку соціального підприємництва. Соціальне підприємництво допомагає надавати державні послуги в новий спосіб та задовольняти потреби громади; створювати робочі місця; збагачувати професійний досвід людей, які працюють у соціальних підприємствах, задля подальшого працевлаштування за сучасних ринкових умов; розвивати громади, залучаючи до громадського життя соціально вразливі та маргіналізовані групи населення, забезпечуючи їх членів роботою; розширювати активність громадян, які можуть самостійно розв'язувати свої проблеми та брати відповідальність за своє життя; посилювати увагу до соціально незабезпечених груп населення, забезпечуючи їх корисною соціально значущою роботою; відроджувати сільські та міські території і поліпшувати їх соціальну інфраструктуру тощо.

При цьому слід зауважити, що соціальне підприємництво – це діяльність, яка має три виміри: соціальний, ринковий та інноваційний. Соціальне підприємництво має такі компоненти: вирішення соціальної проблеми, яка впродовж тривалого часу існує в суспільстві через обмежений доступ певної цільової групи до фінансових та політичних ресурсів; розробка та впровадження механізму інноваційного вирішення проблеми; створення нового, стійкого балансу, що вивільняє ресурси для згаданої цільової групи і передбачає краще майбутнє не тільки для цих людей, а й для суспільства в цілому [2].

Науковці виділяють певні критерії соціального підприємництва. До них відносять: соціальну або екологічну спрямованість діяльності на вирішення конкретних соціальних проблем, стійкі позитивні соціальні результати; прибуткову діяльність, самоокупність і фінансову стійкість, що сприяє незалежності від зовнішнього фінансування; реінвестування доходу в бізнес на вирішення соціальних проблем; інноваційну діяльність, яка спрямована на використання нових підходів до розв'язання соціальної проблеми; масштабованість і тиражованість, що передбачає розповсюдження позитивного досвіду з метою збільшення соціального впливу; підприємницький підхід, тобто здатність соціального підприємця знаходити можливості, акумулювати ресурси, розробляти нові рішення, які надають довгостроковий позитивний вплив на суспільство в цілому [3].

Отже, соціальне підприємництво має низку позитивних ефектів від свого функціонування. А саме: 1) сприяння працевлаштуванню людей з обмеженими фізичними та психічними можливостями та безробітних; 2) пропонування нових шляхів для реформування державних соціальних послуг; 3) підтримка залучення громадян до участі у соціальних ініціативах на волонтерських засадах, об'єднання громад навколо соціальних проблем; 4) розширення видів соціальних послуг, які

залишаються поза увагою звичайного бізнесу у зв'язку з малоприбутковістю, непопулярністю, відсутністю належної професійної підготовки; 5) ефективне використання наявних ресурсів регіону у вирішенні соціальних проблем; 6) зниження навантаження на місцеві бюджети у вирішенні соціальних проблем (актуально в умовах хронічного дефіциту бюджетних коштів); 7) сприяння формуванню сприятливого конкурентного середовища. Таким чином, соціальне підприємництво є якісно новим видом діяльності, що поєднує підприємницьке новаторство та соціальну спрямованість з метою вирішення певної соціальної проблеми. При цьому соціальні підприємці створюють умови для поліпшення життя, забезпечують розвиток та посилення соціального впливу у суспільстві.

Виходячи із викладеного соціальне підприємництво потребує активного розвитку і різнобічної державної підтримки. Однак на даний час соціальне підприємництво в Україні не має достатньої підтримки з боку держави та мало знайоме суспільству, тому держава має створити законодавчі, організаційні та фінансові інструменти розвитку соціального підприємництва, а місцева влада – сприяти його впровадженню в суспільне життя на рівні регіонів, міст та громад.

До бар'єрів і обмежень, що перешкоджають розвитку соціального підприємництва в Україні, можна віднести всі обмеження, з якими стикаються і європейські країни та які наведені в комплексному дослідженні Європейської комісії у 2015 році. До них відносяться: погане розуміння концепції соціального підприємства; відсутність спеціалізованих послуг з підтримки розвитку соціального бізнесу, таких як інкубатори і програми наставництва; недостатнє законодавче забезпечення. Хоча 18 європейських країн мають законодавчу базу стосовно соціальних підприємств, відсутність законного визнання в багатьох країнах, в тому числі це стосується і України, ускладнює отримання фінансової підтримки і фіскальних стимулів для соціальних підприємств; доступ до ринків та фінансів. Сучасні практики державних закупівель, такі як великі розміри контрактів та попередня кваліфікація, затримки платежів – все це ускладнює соціальним підприємствам можливість ефективно конкурувати на ринках державних закупівель. Крім того, звичайні інвестори і зазвичай кредитори не розуміють подвійної місії та гібридної бізнес-моделі соціальних підприємств. Таким чином, соціальним підприємствам важко отримати доступ до джерел фінансів; відсутність загальних механізмів для вимірювання впливу. Методологія та практика вимірювання або звітності щодо соціального впливу соціальних підприємств в європейських країнах дуже обмежені, а в Україні взагалі відсутні.

Висновки та пропозиції. Отже, на підставі зарубіжного досвіду, уряду України необхідно активно використовувати соціальне підприємництво як один з інструментів вирішення соціально-економічних проблем суспільства, подбати про встановлення податкових пільг для соціальних підприємств, забезпечити участь соціальних підприємств у конкурсах на виконання державних замовлень, що надасть розвитку конкурентним умовам у сфері соціального підприємництва.

Соціальні підприємства для свого розвитку потребують сприятливого клімату, який повинні створити уряд і місцева влада. Уряд має чітко усвідомлювати, що соціальне підприємництво є інструментом, який сприяє

розвитку суспільства. Головним завданням, у контексті викладеного, стає подолання недостатньої обізнаності щодо його природи. Посадовці мають бути залучені до соціального підприємництва як ресурсу для досягнення державного завдання – подолання бідності, безробіття, соціальних проблем в Україні.

Використана література:

1. Арапетян А. Соціально-відповідальний бізнес: переваги та обмеження / А. Арапетян, О. Архипчик, Л. Пан // Практика Управління. – 2008. – № 7. – С. 12 – 18.
2. Смаль В., Кокоть В. Посібник «Що слід знати про соціальне підприємництво» Проект міжнародної технічної допомоги «Партнерство для розвитку міст», 2017.
3. Соціальне підприємництво: від ідеї до суспільних змін. Посібник / Свинчук А.А., Корнецький А.О., Гончарова М.А., Назарук В.Я., Гусак Н.Є., Туманова А.А. – К:ТОВ «ПІДПРИЄМСТВО «ВІ ЕН ЕЙ», 2017 – 188 с.

Герасименко О., к.е.н., доц.
ЛНУ імені Івана Франка,
Львів, Україна

КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ В ПРОЦЕСІ СТВОРЕННЯ СПІЛЬНИХ ЦІННОСТЕЙ

Вступ. На сьогоднішній день стає зрозумілим, що необхідно будувати спільну платформу для діалогу між органами державної влади та суб'єктами господарювання за схемою «уряд – бізнес – громадське суспільство», де одним із ключових елементів є соціальна відповідальність. Тобто досягти цілей сталого розвитку з одночасним збереженням спільних цінностей можна лише за умови поєднання державного регулювання і соціально відповідальних корпоративних стратегій функціонування бізнесу, а ще побудови ефективної моделі їх взаємодії.

Основна частина. З вищезгаданого випливає необхідність розгляду поняття «корпоративна соціальна відповідальність». Одним із найбільш влучних визначень даного поняття є наступне: «Корпоративна соціальна відповідальність (КСВ) – це концепція, відповідно до якої організації враховують інтереси суспільства, беручи на себе відповідальність за вплив їх діяльності на замовників, постачальників, працівників, акціонерів, місцеві спільноти та інші зацікавлені сторони суспільної сфери». Поява концепції корпоративної соціальної відповідальності змінила пріоритети західного підприємницького світу щодо визначення цілей та місії бізнесу. Це стимулювало підприємства брати на себе зобов'язання з реалізації значущих внутрішніх і зовнішніх соціальних програм, результати яких сприяють розвитку підприємства, поліпшенню його іміджу як соціально відповідального суб'єкта, а також покращенню якості життя суспільства в соціальній, економічній та екологічній сферах [1].

Тобто дана стратегія виходить за рамки, встановлених законом і припускає, що організації добровільно здійснюють додаткові заходи для підвищення якості життя працівників та їх сімей, а також суспільства в цілому.